

توظيف الإستراتيجية الإقناعية

في العملية الحجاجية

د. حاج علي عبد القادر

جامعة مستغانم - الجزائر

لقد عكفت الدراسات اللغوية والنقدية والأدبية وحتى العلوم الاجتماعية والإنسانية، قديمةً وحديثةً، على دراسة قضايا الحجاج، ومحاولة وضع القواعد والمنهجيات التي تخدمه وتساهم في تحقيق الهدف من التواصل، نظراً لأن القضية ليست متعلقة بعلم خاص أو جماعة معينة، فالأمر يخص الإنسان ككائن هو بحاجة للتواصل ليحقق الأهداف من وجوده، لهذا وجب وضع استراتيجيات فعّالة لتحقيق التواصل والإقناع بالأفكار التي تجمع بين البشر وتحقق العلاقات بينهم. ونظراً لأهمية البحث في هذا المجال في اللغة، نجده يجتذب الألسنيين والنقاد والخطباء والأدباء والأسلوبيين، وشتى مجالات الدرس اللغوي والأدبي، نظراً للعلاقة التي يوجدتها الحجاج بين العملية التواصلية والدرس اللغوي، وليس هذا بجديد، إذ نجد الموضوع واسع الانتشار في الدراسات العربية على غرار مؤلفات الجاحظ وابن المقفع وعبدالقاهر الجرجاني، وعند الغربيين وأولهم أرسطو، وصولاً إلى الدراسات المعمّقة للمحدثين والمعاصرين أمثال ديل كارنيجي وعبد الله الغدامي وغيرهم.

الإقناع و الحجاج: إنّ الحجاج هو الوسيلة التي يعتمد عليها المرسل لإقناع المرسل إليه بالرسالة، إذ "يطلب به الإثبات أو الإقناع، ولا يتم توجيهه إلا في سياق نفسي اجتماعي"¹، فهو جوهر الرسالة إلى جانب الآليات الإقناعية التي تتعلق بمحيط العملية التواصلية. فالحجاج "هو الآلية الأبرز التي يستعمل المرسل اللغة فيها، وتتجسّد عبرها استراتيجية الإقناع"²، ويكون ذلك

الاستراتيجية الإقناعية في العملية الحجاجية

عن طريق توظيف الأساليب الإنشائية في خضم الرسالة، لتدعيم الأساليب الخبرية وإكساب الرسالة روح الإقناع.

"لقد كانت استراتيجية الإقناع بالحجاج واضحة في القرآن الكريم³ وأقوال رسول الله صلى الله عليه وسلم، ثم تنامت الخطابات التي تجسّد هذه الاستراتيجية بعد البعثة المحمدية في كثير من السياقات، وتبلورت في كثير من العلوم، مثل علوم الفقه وأصوله وعلم الكلام والعلوم اللغوية"⁴.

الحجاج في اللغة من مادة (ح ج ج): "حاجبته أحاجه حجاجاً ومحاجه حتى حاجبته أي غلبته بالحجج التي أدبت بها... والحجة: البرهان، وقيل: الحجة ما دُفع به الخصم، وقال الأزهري: الحجة الوجه الذي يكون به الظفر عند الخصومة. وهو رجل محجاج أي جدل. والتجاج: التخاصم، وجمع الحجة: حجج وحجاج. وحاجه محاجه وحجاجاً: نازعه الحجة. وحجه يحجه حجاجاً: غلبه على حجته. وفي الحديث: فتح آدم موسى أي غلبه بالحجة. واحتج بالشيء: اتخذ حجة، قال الأزهري: إنما سميت حجة لأنها تُحج أي تُقصد لأن القصد لها وإليها. والحجة: الدليل والبرهان. يقال: حاجبته فأنا مُحاج وحجيج، فعيل بمعنى فاعل"⁵.

لبناء الخطاب أهمية كبيرة في الحجاج والإقناع، ومن ذلك مراعاة ترتيب الحجج ووصلها بحروف العطف في مواضعها المناسبة باعتبارها روابط حجاجية⁶. و"تمكّن دراسة الحجاج من تحليل التقنيات الخطابية التي تسمح بإحداث ميل السامع إلى الأطروحات التي نعرضها على مسامعه أو التي تسمح بتعزيز ذلك الميل"⁷ فعن طريق استقصاء الأساليب اللغوية الإقناعية في الرسالة يمكن استنتاج نقاط قوة الخطاب، والأسلوب الذي نهجه المرسل للإقناع. و"في الخطابات الحجاجية ينحو المرسل بخطابه نحو الأثر التداوي (الإقناع) من خلال توظيف ثلاثة أنماط أساسية من المقصدية، وأولها وهو أهمها: المقصدية الفكرية، التي تضم مكوناً تعليمياً ومكوناً حجاجياً ومكوناً أخلاقياً، وليست هذه المكونات منفصلة عن بعضها، بل إنها متداخلة على الدوام"⁸ وهي تتعلق بالاستراتيجيات التوجيهية والتلميحية والتضامنية. إذن يتجلى من خلال هذه العلاقة بين الرسالة والأساليب المنتهجة في الإقناع أن أهم آلية إقناعية هي الحجاج.

ضوابط التداول الحجاجي: الحجاج من أهم الوسائل الإقناعية اللغوية، وتتحقق وظيفته في إطار الرسالة ومحيطها، أي من خلال توافقه مع بقية الآليات الإقناعية غير اللغوية، والمقصود بهذا: - أن يكون الحجاج ضمن إطار الثوابت (الدينية، العرفية...)، ويجب احترام المسلمات. - أن تكون الدلالات والمرجعيات محدّدة ومصرّحاً بها، وأن تكون الرسالة كاملة غير منقوصة (لغرض توبيهٍ مثلاً).

- ألا يناقض المرسل نفسه سواءً بالفعل أو بالقول، فإن تُنقَع المُستَقْبِل برسالتك عليك أن تُنقَع نفسك بها أولاً، وإلا لن تكون لديك حجج وطرائق مُقنِعة أصلاً، إذ أولى بالحجج أن يقنع بها صاحبها.

- موافقة الحجاج لما يقبله العقل (في الأمور العقلية)، كما أن المنطق له مجال محدّد. - توفّر المعارف المشتركة بين طرفي الخطاب، حتّى يُتاح مجال للمناقشة. - توخّي العلاقات بين الحجج ومناسبتها للسياق العام، مع الاهتمام بالمرسل إليه ومتطلباته.

- مراعاة كون الحجاج فعلاً تأثيرياً، الغرض منه كشف الأمور، وإبعاد اللبس، لذلك وجب فيه الخلو من الإيهام والمغالطة، والنمط الخطابي العام. - تحكّم المرسل في المجال الذي يجاجج فيه، حتّى تتسنى له مجارة التساؤلات والاعتراضات الطارئة.⁹

هذه النقاط يراعيها المرسل معتمداً على قوّة الرسالة في جوهرها، وقابليّة المرسل إليه للاقتناع. و"رغم ما توفّره اللغة من فرص للتلاعب والمناورة، إلا أنّ الحجاج المقصود هو ما يتكئ على الكفاءة التداولية لإيضاح الحجج وكشف الأمور، وإبعاد اللبس، ليصبح بذلك فعلاً تأثيرياً"¹⁰. والمخاطب الناجح هو الذي يجد طرقاً للتحكم في الآليات والعناصر الحجاجية المختلفة، وحتى غير المتوقّعة ليمزج بينها ويوظّفها في نطاق محكم، لا يخلو من عنصر المفاجأة. و"إذا كانت تتجلّى كفاءة

الاستراتيجية الإقناعية في العمليّة الحجاجيّة

المرسل التداوليّة في صناعة الخطاب، فإنّما تتجلّى الكفاءة التداوليّة للمرسل إليه عند تأويل الخطاب للوصول إلى مقاصد المرسل وإدراك حججه¹¹.

أصناف الحجاج: "ينصرف الحجاج إلى أهداف تُصنّف على حسب نوع الرّسالة والهدف منها، وأصناف الحجاج هي:

الحجاج التوجيهي: "يُمثّل لهذا النوع من الحجاج بالأفعال اللغويّة التي تفي فقط بالجزء الذي يخص المرسل من الاستدلال، لأنّه لم يفترض حجج المرسل إليه، فتصوّره عنه مازال ناقصاً".¹² وإنّما ينصبّ اهتمامه على إيصال الرّسالة ومحاولة إقناع المرسل إليه بها مع افتراض أنّه لا يمتلك فكرة مسبقة عنها أو يتبنّى أفكاراً معارضةً لها.

الحجاج التقويمي: "يراعي المرسل في خطابه الحجاجيّ أمرين هما: الهدف الذي يريد تحقيقه وهو الإقناع، والحجج التي يمكن أن يعارضه بها المرسل إليه"¹³، وأكثر استعمال هذا النوع من الحجاج في المناظرات والحوارات بين الأنداد، حيث نجد "المرسل يستبق اعتراضات المرسل إليه، ثمّ يدحظها بحجج في الخطاب نفسه، معوّلاً في تكوين خطابه الحجاجيّ وبنائه على سعة معرفته بالموضوع"¹⁴، ومحاولة التنبؤ بحجج المرسل إليه، بالاطلاع على خلفيّاته الفكرية والمرجعية والثقافية حول موضوع الحوار، و"الإقناع هو المطلب الأساس من الخطابات التي تدور بين هؤلاء الذين تختلف توجهاتهم، سواء أكان مجال المناظرات المذاهب الدينية أم اللغوية أم الفلسفية أم غير ذلك"¹⁵.

و"المرسل قد يواكب آليّة الحجاج باستراتيجيّات أخرى الهدف منها التوصل إلى الإقناع، - كأن يلجأ إلى ما يسمّيه البلاغيّون بالاستدراج. وفقاً لما يقتضيه مبدأ التأدّب مع المرسل إليه"¹⁶، وتكون وسيلته إلى ذلك التّرتيب المنطقي للحجج للوصول إلى نتائج حتمية.

-تقنيات الحجاج: يمكن تقسيم تقنيات الحجاج إلى:

-الأدوات اللغويّة الصرفة مثل: أَلْفَاظ التعليل -بما فيها الوصل السببيّ والتركيب

الشرطيّ-. وكذلك الأفعال اللغويّة، والحجاج بالتبادل، والوصف، وتحصيل الحاصل.

الآليات البلاغية، مثل تقسيم الكل إلى أجزائه، والاستعارة والبديع والتَّمثيل.
الآليات شبه المنطقية، ويجسدها السلم الحجاجي بأدواته وآلياته اللغوية. ويندرج ضمنه
كثير منها، مثل الروابط الحجاجية: (لكن، حتى، فضلاً عن، ليس كذا فحسب، أدوات التوكيد)،
ودرجات التوكيد، والإحصاءات، وبعض الآليات التي منها الصيغ الصرفية، مثل التعدية بأفعل
التفضيل والقياس وصيغ المبالغة¹⁷.

السلم الحجاجي: هو آلية يعتمد عليها المرسل بترتيب حججه على حسب أهميتها ونجاعتها
الإقناعية، حيث "يتمثل صلب فعل الحجج في تدافع الحجج وترتيبها حسب قوتها، ولذلك يرتب
المرسل الحجج التي يرى أنها تتمتع بالقوة اللازمة التي تدعم دعواه"¹⁸، ويكون الترتيب على حسب
السياق ومقتضياته والعلاقات بين الحجج، "مثل علاقات التوكيد، وما يسمى بالأدلة أو الشواهد
الجاهزة، كالأدلة القرآنية والأحاديث الشريفة وأقوال السلف والحكم والأمثال، ولا يقتصر ترتيبها
السلمي على متنها، بل تتجاوز قوته إلى سند الرواية إن وُجد"¹⁹. ومن أمثلة استعمال السلم
الحجاجي: المزايدات والمناقصات التجارية²⁰. فهو ليس مقتصرًا على الخطابات الأدبية.

يمكن من خلال النقاط التي تمت معالجتها في البحث استخلاص نتائج، يمكن توظيفها
في الدراسات التطبيقية، الخاصة باستقراء الوسائل الإقناعية في العملية التواصلية.
الوسائل اللغوية في السلم الحجاجي: تُستعمل الأدوات اللغوية الحجاجية للترتيب
والمفاضلة والمقابلة بين الحجج، ومنها:

- "الروابط الحجاجية، مثل (بل، لكن، حتى، فضلاً عن، ليس كذا فحسب، بل)، السمات
الدلالية، ودرجات التوكيد.

- الصيغ الصرفية (أفعل التفضيل، صيغ المبالغة).

- (المفهوم: الموافقة، المخالفة)²¹.

- من الأدوات اللغوية الحجاجية أيضاً: (ما...إلا)، و(إنما) المفيدة معنى القصر²².

الاستراتيجية الإقناعية في العملية الحجاجية

- تكون الحجج التي تؤدي إليها الأدوات اللغوية الحجاجية أقوى مما يرد قبلها، إذ تُعتبر العبارات الإخبارية أفكاراً مُحتملة إلى حين إثباتها عن طريق الوسائل الإقناعية. ويقوم المرسل باختيار وسيلته الحجاجية اللغوية وفقاً لطبيعة الرسالة ومقتضيات السياق وذهنية المتلقي، ومتعلقات كل منها.

وبالنسبة للإقناع فهو يتجلى بآلياته في مقامات أكثر من أخرى، ومن تصنيفات مقامات الخطابة الإقناعية، تصنيف الدكتور محمد العمري :

- الخطابة الدينية: التعليم - الوعظ - المناظرة.

- الخطابة السياسية: الحوار الديني - حوار الراعي والرعية.

- الخطابة الاجتماعية: التنظيم الاجتماعي - المشاركة الوجدانية.

طريقة استخراج الأدوات الإقناعية من الخطاب: "تقوم استراتيجية الإقناع على معيار هدف الخطاب"²³، والأدوات التي تحقق ذلك تعتبر أدوات إقناعية.

- استخراج الحجج الخطابية :

أ- جاهزة (أمثلة، وشواهد...)

ب- غير جاهزة (ما تتيح اللغة للمرسل، مثل: التقسيم والمقابلة بين المعاني...).

- الأسلوب: تحليل أسلوب وفق مستويات اللغة.

- تنظيم أجزاء القول: مراعاة المقام²⁴.

تحليل الخطاب الإقناعي يمكننا من استخراج الأسس التي يبنى عليها، والتي منها:

-مراعاة الجانب النفسي والأخلاقي للمتلقي، - أو ما أدرجه الدارسون العرب تحت

مقتضى الحال والمقام²⁵.

-التصديقات التي يقدمها القول على ثلاثة أضرب: الأول يتوقف على أخلاق القائل،

والثاني على تصيير السامع في حالة نفسية ما، والثالث على القول نفسه، من حيث هو يُثبت أو يبدو

أنه يُثبت²⁶

- "الإقناع عن الكلام نفسه إذا أثبت حقيقة أو شبه حقيقة بواسطة حُجج مقنعة مناسبة للحالة المطلوبة"²⁷.

هذه الأسس تتعلق بالخطاب كما بالجوانب النفسية والثقافية والفكرية والخلفيات التي تخص المتلقي، حتى يكون فاعلاً في العملية التواصلية الإقناعية.

الآليات البلاغية في العملية الإقناعية :

1- تقسيم الكل إلى أجزاء : "قد يذكر المرسل حجته كلياً في أول الأمر، ثم يعود إلى تعداد أجزائها، إن كانت ذات أجزاء، وذلك ليحافظ على قوتها الحجاجية.

2- الاستعارة : تُعرّف الاستعارة الحجاجية بكونها تلك الاستعارة التي تهدف إلى إحداث تغيير في الموقف الفكري أو العاطفي للمتلقي"²⁸.

"إن قوة الحجاج في المفردات تبدو في الاستعمالات الاستعارية أقوى مما نحسّه عند استخدامنا لنفس المفردة بالمعنى الحقيقي، فالسمات الدلالية المحتفظ بها في عملية التخيير الدلالي الذي تقوم عليه هذه الاستعارات، هي سمات قيمية"²⁹، وتكمن حجاجية الاستعارة في "إدعاء وجود المعنى الحقيقي للخطاب، أي المطابقة بين المستعار منه والمستعار له"³⁰، حتى لا يحس المتلقي بوجود فروقات بين ما يُطلب منه الاقتناع به، وما يستدلّ به لذلك. "وتكمن فعالية الاستعارة في التناسب مع ما يقتضيه السياق، إذ تمثل الاستعارة أبلغ وأقوى الآليات اللغوية"³¹ فهي ترتفع بالمعنى الحقيقي إلى أرفع درجاته عن طريق المجاز، فيتحقّق بذلك بعد النظر لدئ المرسل إليه وتتمّ لديه الحجة فيقتنع.

التمثيل: "هو عقد الصلة بين صورتين، ليتمكّن المرسل من الاحتجاج وبيان حججه"³²، فعن طريق الأمثلة تتمّ مساعدة المرسل إليه على فهم الرسالة وكشف كل لبس عنها، عن طريق ربطها برسائل مماثلة، تكون لها خلفية ومعرفة سابقة بها، "إذا جعل الكلام مثلاً، كان ذلك أوضح للمنطق وأبين في المعنى وأنق للسمع وأوسع لشعوب الحديث"³³، وهذا ما يحقّ للمتلقي المطالبة به، وفقاً للمثل القائل: "لا تقبل القول حتى تظفر بحكمته، فتزداد به عقلاً"³⁴.

الاستراتيجية الإقناعية في العملية الحجاجية

البديع: للمحسنات البديعية "دور حجاجي لا على سبيل زخرفة الخطاب، ولكن بهدف الإقناع والبلوغ بالأثر مبلغه الأبعد"³⁵، وإعطاء الرسالة صورتها الأكمل التي تسمح بتوضيح معناها، وإبرازه كما هو عليه في ذهن المرسل.

تنقسم آليات استراتيجية الإقناع إلى صنفين:

الأدلة غير اللغوية: وتتضمن كل ما يصاحب اللفظ من علامات وأشياء مادية أو محسوسة تؤكد صحة الخطاب وإقناع المخاطب به.

ومن الأمثلة على ذلك أن سيدنا محمدا صلى الله عليه وسلم كان يحاور اليهود ليقودهم إلى الإقرار بالحقيقة من خلال عدم الانفعال... والموضوعية والتحرر من المؤثرات الجانبية التي تُبعد عن طريق الوصول إلى الحقيقة"³⁶.

والعلامات غير اللغوية: تتمثل في التنغيم والإشارات الجسدية أو هيئة معينة، ويتم اعتبارها حتى ولو لم تكن مصاحبة للتلفظ، -مثل الأدلة المادية على وقوع الجريمة-. ويتم اعتبار هذه الأدلة وفق الخطاب المقصود، بما يناسب العمل الذهني، وذلك يتجسد باستعمال اللغة الطبيعية بوصفها العلامة الرئيسة"³⁷.

ومنها أيضاً مراعاة المرسل للمرسل إليه فسلوك المرسل إليه ينعكس على المرسل في بناء خطابه الإقناعي، إذ يراعي أحواله وظروفه، ويستحضر معرفته وقدراته، كما لا ينسى ما يحيط به من أحداث اجتماعية وأحوال نفسية"³⁸، وما إلى ذلك من مصاحبات الرسالة. "كما أنّ للعلامات السيميائية دوراً في الإقناع انطلاقاً من كونها عناصر حجاجية، سواء التي تسبق التلفظ بالخطاب مثل ترتيب هيئة المرسل، أو تلك التي تتعالق مع الخطاب"³⁹.

من خلال هذه الأدلة نجد تداخلاً كبيراً بين العنصر اللغوي وما يحيط بعناصر العملية التواصلية، وأنه من خلال التركيب بينهما يتضح الهدف المراد الوصول إليه وهو الإقناع بمضمون الرسالة. ولكن مثلها هناك آليات ومناهج شفافة وعلمية للإقناع، نجد وسائل أخرى ملتوية تهدف إلى الإقناع بآراء وأفكار مشكوك فيها، كالدعاية التضليلية.

الأدوات الإقناعية اللغوية : يستعمل المرسل أدوات إقناعية لتأكيد رسالته أو تبريرها ومحاولة إيصالها إلى ذهن المتلقي بصورتها التي هي عليها في ذهنه بمعناها الكامل، ويكون توظيف هذه الأدوات بصفة طبيعية في غالب الأحيان أي دون تكلف أو انتباه لها لأنها من أصل اللغة وقواعدها، وتكتسب مع اللغة، كما هناك مواقف خاصة تحتاج إلى الحرص على الإتيان بأدوات إقناعية لغوية خاصة، كتوظيف درجات التوكيد مثلاً. ومن هذه الأدوات:

-ألفاظ التعليل: منها: المفعول لأجله، كلمة السبب، لأن، كي الناصبة للفعل المضارع، لام كي، لام التعليل، اللام الناصبة للفعل المضارع، اللام الجارّة، ذكر كلمة السبب.⁴⁰ وهي كما يدل عليها وصفها، تأتي لتعليل وتبرير ما قبلها أو ما سيأتي بعدها.

- "ومن أدوات التعليل ما يسمّى بالوصل السببيّ، وهو أن يعتمد المرسل إلى الربط بين أحداث متتابعة، مثل الربط بما يمكن أن يكون المقدّمة والنتيجة، فتصبح النتيجة مقدّمة لنتيجة أخرى"⁴¹، وهو يرد كثيراً في العبارات والفقرات المترابطة المعاني، والتي تهدف إلى الإقناع بنتيجة عن طريق الربط المنطقي للأسباب المؤدية لها.

- "وقد يرد التعليل السببيّ في التراكيب الشرطيّة الظاهرة، وذلك أدعى لتوليد حجج جديدة ذات صلة بالحجة الأولى... كما قد يرد الحجاج في التراكيب الشرطيّة المضمرّة، والتي تتضح من خلال العلاقة المنطقيّة المتلازمة بين طرفين"⁴²، وهنا يكون التعليل من مكونات الجملة الشرطية، مرتكزاً على أدوات شرط، لضمان تفسير العلاقة بين الأسباب والنتائج.

الأفعال اللغوية: "دور الأفعال اللغوية يتجاوز الدور المساعد في تركيب الخطاب، إذ يستعمل المرسل الاستفهام أو النفي أو الاثبات في الحجاج على أنّها الحجج بعينها"⁴³، ويكون الإقناع بالأفعال اللغوية بقصد مباشر، أي أنه يتم الإتيان بالسبب المباشر للاقتناع بالرسالة مباشرة. و"يعدّ الاستفهام من أنجع أنواع الأفعال اللغوية حججاً"⁴⁴، لأن طلب الحجّة يكون فيه مباشراً، بحيث يكون صلب الرسالة من جوهر السؤال.

الاستراتيجية الإقناعية في العملية الحجاجية

و"قد يكون الحجاج من خلال استعمال الأسئلة التي تنتمي إلى الاستفهام التقريري، حسب ما يقتضيه الاستلزام الحواري، فالأسئلة أشدّ إقناعاً للمرسل إليه"⁴⁵، أي أن السؤال يأتي نفيًا أو إثباتًا للرسالة —"الاستفهام، هنا، هو الحجج ذاتها، كما أنه فعل حجاجي بالقصد المضمّر فيه، وفق ما يقتضيه السياق"⁴⁶ فيخرج من سياقه الأصلي الذي هو الاستفسار والسؤال إلى غرض التقرير.

ونفس الأمر بالنسبة إلى بقية الأساليب اللغوية الإنشائية —"كما يكون الحجاج بالاستفهام، فإنّه يمكن أن يكون باستعمال النفي"⁴⁷، بحيث يتم توظيف هذه الأساليب للأغراض التي يمكن أن تخرج إليها وفق ما تسمح به القواعد الإنشائية، مع اعتبار ما يمكن أن ينصرف إليه ذهن المتلقي، وتوخي إدراكه لمقصديّة المرسل.

الحجاج بالتبادل: "يحاول المرسل بهذه الآلية أن يصف الحال نفسه في وضعين ينتميان إلى سياقين متقابلين، وذلك ببلورة علاقات متشابهة بين السياقات، وما يهّم هنا هو إقناع المرسل بتطبيق قاعدة العدل، وما يميّز به هذا النوع من الحجاج أنّه دعوة المرسل للمرسل إليه إلى ترسيخ هذا المبدأ بينهما بالتساوي"⁴⁸ أي أنّه يتم وضع الرسالة في مواجهة نتيجتين محتملتين، مع الإتيان بمتطلبات ومبررات كل احتمال، واختيار الأصح والأنجع من بينها للوصول إلى نتيجة أكثر مصداقية. و"يكثر استعمال الحجاج بالتبادل في النصائح لإقناع المرسل بجدوى ما يذهب إليه"⁴⁹.

-الوصف: "يشمل الوصف عددًا من الأدوات اللغوية منها: الصفة واسم الفاعل واسم المفعول"⁵⁰.

-تحصيل الحاصل: "هناك من يعد بعض الخطابات مجرد حشو أو تحصيل حاصل لا تقدّم شيئاً في الخطاب. والحق أن كل جزء من الخطاب يضطلع بدلالته الحجاجية"⁵¹، حتى أن المرسل يمكن أن يعتمد على "التكرار بوجهين مختلفين للدلالة نفسها، ليؤكد بعضه ببعض. فهذا أبلغ في الأثر التداولي (الإقناع)، ومن مظاهره تكرار العبارة نفسها. ويحدث هذا في النقاشات لإثارة الاستغراب"⁵² وهذا التكرار "لا يندرج في باب التكرار اللفظي، بل هو تكرار يقوي حجته في كلّ

مرة يُتلفظ بها، ولكن المتغير المصاحب للتلفظ هو الأثر التداولي، وعليه فليس هناك تكرار أو ترادف في الحجاج⁵³ من الناحية الدلالية.

"ومن ضروب تحصيل الحاصل أن المرسل قد يحيل ذهن المرسل إليه إلى السمات اللازمة للدلال والمعروفة عنده، دون أن يصرح بها، لأن المرسل إليه يدرك حجة المرسل⁵⁴، وإنما يريد الاطلاع على الأسباب التي تؤدي إليها. ومن التنوعات الحجاجية التي تمثل هذا الضرب الخطابي ما يسمّى بالتمثيل، ويتجسّد من خلال تعدد التعاريف رغم وحدة المعرف⁵⁵، سواءً أكان ذلك بتعدد عبارات تعريفية أو عبارات تحمل ذات المعنى في سياقها. إذ يبقى "ما يعطي عبارات من هذا النوع قيمتها الحجاجية هو توظيفها في السياق"⁵⁶.

-درجات التوكيد: تقتضي بعض السياقات استعمال أسلوب التوكيد، ويكون ذلك على درجات. كما تقتضي سياقات أخرى خلوّ الخطاب من هذا الأسلوب، وذلك وفق ثلاثة سياقات، كما يصنّفها السكاكي: الخبر الابتدائي: لا تستعمل فيه أدوات التوكيد، لأن المرسل إليه يكون بصدد تلقى معلومة لا يملك معرفة أو حكماً سابقاً عنها.

الخبر الطلبي: يكون في العادة أثناء الحوار حول قضية غير مؤكدة لدى المرسل إليه، يقوم المرسل بتأكيدها عن طريق استعمال أداة للتوكيد وتوفير البراهين التي يطلبها المستقيل.

الخبر الإنكاري: وهو الذي يسعى فيه المرسل إلى تغيير قناعة لدى المرسل إليه عن طريق إثبات دليل نفيها، بتوظيف أكثر من أداة توكيد، لتفادي إنكار المرسل إليه، سواءً أكان تصوّره معلوماً أو متوقّعا.⁵⁷

مراجع البحث وإمالاته

- 1 - التداولية والحجاج مداخل ونصوص، صابر الحباشة، ط1، دار النّشر صفحات للدراسات والنشر، في إطار دمشق عاصمة الثقافة العربية، دمشق، سورية، 2008م، ص69.
- 2 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ط1، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، لبنان، 2004م، ص456.
- 3 - نفسه، ص447.

- 4 - نفسه، ص 447.
- 5 - لسان العرب، ابن منظور، تح عبد الله علي الكبير ومحمد أحمد حسب الله وهاشم محمد الشاذلي، ص 779/778، طبعة دار المعارف، القاهرة، مصر.
- 6 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 472.
- 7 - التداولية والحجاج مدخل ونصوص، صابر الحباشة، ص 69.
- 8 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 464.
- 9 - نفسه، ص 468/465.
- 10 - نفسه، ص 468.
- 11 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 476.
- 12 - نفسه، ص 470.
- 13 - نفسه، ص 473.
- 14 - نفسه، ص 474.
- 15 - نفسه، ص 449.
- 16 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 475.
- 17 - نفسه، ص 477.
- 18 - نفسه، ص 500/499.
- 19 - نفسه، ص 504.
- 20 - نفسه، ص 505.
- 21 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 508.
- 22 - نفسه، ص 520.
- 23 - نفسه، ص 444.
- 24 - في بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي لدراسة الخطابة العربية الخطابة في القرن الأول نموذجًا، محمد العمري، ص 145/144، ط2، دار إفريقيا الشرق، المغرب، 2002م.
- 25 - نفسه، ص 20.
- 26 - في بلاغة الخطاب الإقناعي، محمد العمري، ص 24.
- 27 - نفسه، ص 25.
- 28 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 494/495.
- 29 - نفسه، ص 495.
- 30 - نفسه، ص 496.
- 31 - نفسه، ص 496.
- 32 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص 497.

- 33 - الأدب الصغير والأدب الكبير، ابن المقفع، ص32، تحقيق ودراسة إنعام فؤال، ط3، دار الكتاب العربي، بيروت، لبنان، 1420هـ/1999م.
- 34 - التواصل والحجاج، طه عبد الرحمن، ص20، مطبعة المعارف الجديدة، الرباط، المغرب، 1994م.
- 35 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص498 بتصرف.
- 36 - الخطاب الإسلامي في عصر الإعلام والمعلوماتية، عدد من الباحثين، تقدم طه أحمد الزيدي، ص41، ط1، دار الفائق، الأردن، 2010م، بتصرف.
- 37 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص455-456.
- 38 - نفسه، ص455.
- 39 - نفسه، ص456.
- 40 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص479.
- 41 - نفسه، ص480.
- 42 - نفسه، ص480.
- 43 - نفسه، ص483.
- 44 - نفسه، ص483.
- 45 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص484.
- 46 - نفسه، ص485.
- 47 - نفسه، ص485.
- 48 - نفسه، ص486.
- 49 - نفسه، ص486.
- 50 - نفسه، ص486.
- 51 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص489.
- 52 - نفسه، ص491-493.
- 53 - نفسه، ص493.
- 54 - نفسه، ص490/491.
- 55 - نفسه، ص489.
- 56 - نفسه، ص493.
- 57 - استراتيجيات الخطاب مقارنة لغوية تداولية، عبد الهادي بن ظافر الشهري، ص523/524.